

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK AIR MINUM DALAM
KEMASAN PADA PT. OASIS WATERS INTERNATIONAL
PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh:

RIDHA RESTIANI

NPM.1701150005

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG
2020**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : RIDHA RESTIANI
Nomor Pokok : 1710150005
Jurusan/program studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Air Minum dalam
Kemasan pada PT. Oasis Waters International
Palembang

Pembimbing Laporan Akhir
Tanggal 09 - 09 - 2020

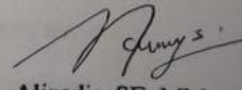
Pembimbing I



Suharti, SE, MM
NIDN. 0220086501

Tanggal 08 - 09 - 2020

Pembimbing II



Alinadia, SE, MM
NIDN.0207125901

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi



DR. Misy Miskial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN: 0205026401



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Ridha Restiani

NPM : 1701150005

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : D3 Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa Laporan Akhir ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 13 Oktober 2020



Ridha Restiani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Jangan tanyakan pada diri anda apa yang dibutuhkan dunia.

Bertanyalah apa yang membuat anda hidup, kemudian kerjakan.

Karena yang dibutuhkan dunia adalah orang yang antusias.

Kupersembahkan Kepada :

- Ayahanda dan Ibunda tercinta
- Saudara-saudara tersayang
- Para pendidikku yang kuhormati
- Teman-teman seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Air minum dalam Kemasan pada PT. OASIS Waters International Palembang”** dalam waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Laporan Akhir ini disusun berdasarkan apa yang telah penulis peroleh pada PT. OASIS Waters International Palembang. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis merasa ada hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, laporan ini dapat diselesaikan sebelum waktu yang telah ditentukan. Walaupun hanya berbentuk kata-kata, melalui tulisan ini mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA.CS.RS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Suharti, SE, MM Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak

langsung sehingga pelaksanaan laporan akhir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

4. Ibu Alinadia, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi masukan yang bermanfaat.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa.
6. Pak Erwin dan Pak Frengky selaku branch manager dan kepala HRD di PT. OASIS Waters International Palembang yang telah banyak membantu penulis dalam menjalankan penelitian ini.
7. Para sahabat yang sudah memberikan semangat.

Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	xi
RIWAYAT HIDUP	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat penelitian.....	3
1.4 Metode Penelitian.....	4
1.4.1 Lokasi Penelitian	4
1.4.2 Sumber Data.....	4
1.4.3 Teknik Pengumpulan Data	5

1.4.4 Teknik Analisa Data.....	5
1.5 Sistematis Penulisan.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Strategi Pemasaran Secara Umum	7
2.2 Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli.....	8
2.3 Strategi Pemasaran Produk	9
2.4 Fungsi Strategi Pemasaran.....	9
2.5 Tujuan Strategi Pemasaran	10
2.6 Konsep Strategi Pemasaran	11
2.7 Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk	21

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat PT.OASIS Waters International Palembang	23
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.3 Tanah dan Bangunan	28
3.4 Visi Perusahaan.....	28
3.5 Misi Perusahaan	29
3.6 Struktur Organisasi Perusahaan	29
3.7 Kegiatan Umum Perusahaan.....	30
3.8 Waktu Jam Kerja.....	36
3.9 Pengalaman Perusahaan.....	36

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis SWOT	38
4.2 Analisis Bauran Pemasaran Produk	40
4.3 Strategi Pemasaran Produk	43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tujuan Strategi Pemasaran	10
3.1 PT. OASIS Waters International Palembang	25
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Jadwal Penelitian.	26
3.2 Tanah dan Bangunan PT.OASIS Waters International Palembang.	27
3.3 Waktu Jam Kerja	35

RIWAYAT HIDUP

Ridha Restiani, dilahirkan di Palembang pada tanggal 03 Januari 2000 dari Ayah Agus Toni dan Ibu Arum Warnasih. Ia anak ke satu dari dua bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 21 Talang Kelapa, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2014 di SMPN 1 Talang Kelapa, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah ke Atas pada tahun 2017 di SMAN 1 Talang Kelapa. Pada tahun 2017 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 02 September 2020

Ridha Restiani

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Produk Air Minum dalam Kemasan

Strategi pemasaran merupakan peranan yang sangat penting dalam kegiatan penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan serta strategi pemasaran produk yaitu dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Strategi pemasaran memiliki berupa fungsi seperti; meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan, koordinasi pemasaran yang lebih efektif, merumuskan tujuan perusahaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran.

Data – data yang dikumpulkan untuk mengetahui strategi pemasaran pada perusahaan tersebut yaitu dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan data – data yang telah dikumpulkan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk air minum dalam kemasan yang digunakan dalam perusahaan tersebut yaitu dengan harus mengetahui target pasar, menawarkan produk secara gratis atau memberikan bonus, memilih tempat strategis, menjalin hubungan baik dengan konsumen, serta mulut ke mulut.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air merupakan zat penting yang sangat dibutuhkan makhluk hidup, terutama manusia. Air memegang peranan penting dalam proses metabolisme tubuh, dimana air merupakan pelarut universal dan hampir semua jenis zat dapat larut dalam air. Air dalam tubuh manusia berkisar antara 50 – 70% dari seluruh berat badan. Kelangsungan hidup manusia sebagian besar membutuhkan air : mandi, mencuci, minum dan lain-lain. Air juga memegang peranan dalam berbagai aspek kehidupan dimana air juga digunakan untuk keperluan industri, pertanian, pemadam kebakaran, tempat rekreasi, transportasi dan lain-lain.

Kebutuhan akan air semakin lama semakin meningkat sesuai dengan keperluan dan taraf kehidupan penduduk. Masalah yang banyak dihadapi terkait dengan air adalah berkurangnya air bersih yang dapat digunakan untuk konsumsi air minum sehari-hari. Berkurangnya air bersih dapat disebabkan karena sistem drainase dan sanitasi, serta kurang memadainya pengelolaan sumber daya air dan lingkungan.

Kebutuhan air bagi manusia diantaranya adalah kebutuhan untuk air minum. Air yang bersih dan sehat merupakan kualifikasi yang sangat diperlukan untuk pemenuhan kebutuhan tersebut. Hal ini dikarenakan pemanfaatan air

sebagai air minum secara langsung berkaitan dengan tubuh manusia, sehingga perlu dijaga kualitasnya agar tidak membahayakan tubuh manusia itu sendiri.

Air dan kesehatan merupakan dua hal yang saling berhubungan. Kualitas air yang dikonsumsi masyarakat dapat menentukan derajat kesehatan masyarakat tersebut, khususnya air untuk minum dan makan.

Air Minum Dalam Kemasan merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan air minum sehari-hari. Keberadaan Air Minum Dalam Kemasan terus meningkat sejalan dengan dinamika keperluan masyarakat terhadap air minum yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi. Meski lebih murah, tidak semua Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan terjamin keamanan produknya.

Berdasarkan hal-hal di atas penulis melakukan penelitian untuk laporan akhir dan memilih judul “Strategi Pemasaran Produk pada PT. OASIS Waters International Palembang” karena zaman sekarang air minum dalam kemasan banyak dicari masyarakat sebab praktis serta maraknya pun merek-merek ternama yang membuka pabrik produk air minum kemasan. Jadi penulis ingin tau bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mencoba merumuskan masalah dalam penelitian, “Bagaimana strategi pemasaran produk air minum dalam kemasan pada PT. Oasis Waters International Palembang?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk air minum dalam kemasan pada PT. Oasis Waters International Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman di dunia kerja di bidang pemasaran.

Bagi Perusahaan

Salah satu cara bagaimana bisa menciptakan tenaga kerja yang profesional dan berintegrasi supaya tidak ada lagi yang namanya pengangguran, dan instansi juga bisa melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa apabila suatu saat instansi membutuhkan pegawai bisa merekrut mahasiswa atau mahasiswi tersebut.

Bagi Perguruan Tinggi

Terciptanya hubungan kerja sama yang baik bagi kedua belah pihak.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Oasis Waters International Palembang yang berlokasi di Jl. Kantor Lurah Lingkungan II RT 21 RW 04 No 10 Kel. Sukamoro Kab. Banyuasin, Sumatera Selatan 30761.

1.4.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan melakukan interview dan wawancara kepada HRD atau karyawan pada bagian pemasaran yang mampu memberikan informasi yang dibuthkan penulis.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari studi perpustakaan atau buku, internet, dan database perusahaan yang mengenai informasi yang terkait dengan penelitian.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini penulis akan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1.4.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data terdiri dari 3 komponen, yaitu :

a. Reduksi Data

Editing, menyusun catatan, dan menyusun rancangan konsep.

b. Penyajian Data

c. Penarikan Kesimpulan

Mengimplementasikan prinsip edukatif dengan mempertimbangkan pola-pola yang ada.

1.5 Sistematis Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman laporan akhir ini, akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan. Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka. Dalam Bab ini di uraikan teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip, asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

- BAB III : Gambaran Umum Obyek Penelitian. Disini akan disajikan data atau hasil penelitsn empiris yang menyangkut gambaran umum objek yang diteliti.
- BAB IV : Pembahasan. Dalam Bab ini dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan peneltian dengan menggunakan teknik analisa.
- BAB V : Kesimpulan dan Saran. Dalam bagian ini akan diuraikan ringkasan kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasa

DAFTAR PUSTAKA

Andre.2017, Operation and Maintenance Production. PT. OASIS WATERS
INTERNATIONAL PALEMBANG

Asauri Sofjan. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo

Hermawan Kartajaya, Marketing 4.0, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran jilid 1, Jakarta : PT. Prenhallindo